

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
филиал ФГБОУ ВО «РГГМУ» в г. Туапсе

Кафедра «Метеорологии, экологии и экономического обеспечения деятельности
предприятий природопользования»

Рабочая программа по дисциплине

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы бакалавриата по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль):
Финансовый менеджмент

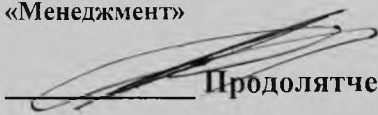
Квалификация:
Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год поступления 2018-2016


Согласовано
Руководитель ОПОП
«Менеджмент»


Продолятченко П.А.

Утверждаю
Директор филиала ФГБОУ
ВО «РГГМУ» в г. Туапсе  Аракелов М.С.

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
31 августа 2020 г., протокол № 1

Зав. кафедрой  Цай С.Н.

Авторы-разработчики:

Бегунова О.Ю.

Туапсе 2020

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Курс	Всего по ФГОС Час/ ЗЕТ	Аудиторных Час	Лекций, Час	Практич. занятий, Час	Контроль	СРС, Час	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
3	72/2	6	-	6	4	62	зачет
Итого	72/2	6	-	6	4	62	зачет

Аннотация рабочей программы представлена в приложении 1.

1. Цели и задачи учебной дисциплины, ее место в учебном процессе

1.1. Цели и задачи изучения дисциплины

Целью дисциплины является формирование знаний и умений в сфере корпоративных коммуникаций коммерческой и некоммерческой деятельности предприятия. Изучение принципов потребительского поведения, теории фирмы и организационных форм бизнеса, проблем управления фирмами.

Задачи дисциплины – формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций при освоении ОПОП ВО, реализующей ФГОС ВО по следующим направлениям деятельности:

— знать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОПК-4);

— владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения.

— способность под контролем планировать и осуществлять коммуникационные мероприятия (ОК-4, ОПК-4)

— знать историю и основные теории менеджмента, владеть основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методы их реализации; знать основы бизнес-процессов; владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-12).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- особенности процесса коммуникации;
- основные понятия и модели коммуникации;
- основы и проблемы коммуникации;
- приемы создания корпоративных коммуникаций

1.2. Краткая характеристика дисциплины

«Деловые коммуникации» является одной из базовых дисциплин блока 1 рабочего учебного плана бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент», которая раскрывает основные понятия формирования коммуникативного процесса. В рыночных условиях очень важно уметь ориентироваться в деловой среде, особенно в той области, которая охватывает международные отношения. Курс посвящен изучению теоретических и прикладных моделей коммуникации. В

рамках его изучения предполагается освоение стратегий деловых коммуникаций. Отдельно внимание уделяется изучению и отработке навыков деловой риторики в споре, дискуссии, полемике. На практических занятиях отрабатываются навыки самопрезентации, включающие вербальные и невербальные коммуникативные элементы и нацеленные на имидж делового человека и развития имиджевой политики самого предприятия.

Предметом изучения дисциплины являются закономерности и проблемы, связанные с коммуникативной политикой при формировании партнерских отношений людей и социальных групп в организационных системах (на предприятии, на производстве, между предприятиями и т.п.).

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2.1. Требования к уровню освоения дисциплины

Требованиями к уровню освоения дисциплины является достижение следующих результатов образования (РО):

В результате изучения дисциплины бакалавр по направлению 38.03.02 «Менеджмент» должен достичь следующих результатов образования (РО):

Знать:

- особенности процесса коммуникации; основные понятия и модели коммуникации; основы и проблемы коммуникации (ПК -12, ОПК -4);
- приемы создания корпоративных коммуникаций (ПК -12, ОПК -4);
- психологию коммуникаций и социально-психологическое влияние; особенности общественных коммуникаций; функции и воздействия массовых коммуникаций; коммуникационные системы и коммуникационные технологии (ПК-12);
- правовые и этические основы коммуникационного управления; специфику корпоративной идентичности; организационные основы управления коммуникациями (ОК-4, ПК-12);
- факторы конкурентоспособности персонала; особенности коммуникотических исследований; актуальные проблемы коммуникаций (ПК -12, ОПК -4);
- сущность экономики коммуникационного менеджмента; содержание ресурсов коммуникационного менеджмента; особенности коммуникационного менеджмента в международной деятельности (ОПК -4, ПК-12).

Уметь:

- выявлять проблемы межличностного характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать информацию, готовить справки и обзоры по вопросам профессиональной деятельности, редактировать, реферировать, рецензировать тексты; использовать основные и специальные методы анализа информации в сфере профессиональной деятельности; разрабатывать и обосновывать варианты эффективных хозяйственных решений; критически оценивать с разных сторон (производственной, мотивационной, институциональной и др) поведение информационных агентов, тенденции развития объектов в сфере профессиональной деятельности; использовать компьютерную технику в режиме пользователя для решения управленческих задач (ПК -12, ОПК -4).
- профессионально формировать линию поведения и выстраивать коммуникационную линию для определения наиболее точных решений (ПК -12).

Владеть:

- искусством эффективного слушания (ОПК -4);
- искусством ведения переговоров, в том числе «переговоры без поражений» (ОПК -4);
- приемами психотехники в работе с клиентами и конкурентами (ОПК -4)

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции при освоении ОПОП ВО, реализуемой ФГОС ВО по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Финансовый менеджмент»:

Общекультурные

ОК-4 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

Общепрофессиональные

ОПК - 4 способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Профессиональные

ПК -12 - умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

2.2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Деловые коммуникации» является дисциплиной по выбору вариативной части блока 1 рабочего учебного плана бакалавров по направлению по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль подготовки «Финансовый менеджмент».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: **знание** теоретических основ и закономерностей функционирования финансовых вопросов, включая переходные процессы; принципы разработки, принятия и реализации управленческих решений; основные парадигмы изучения коммуникаций; ключевые вопросы теории информации; структуру коммуникационных и информационных потоков в организации; состав регламентов управленческого труда в организации вообще и в органах власти в частности; специфику формальных и неформальных коммуникаций в органах государственного и муниципального управления; технологии управления внутренними и внешними коммуникациями; структуру внешней среды и внешних коммуникаций органов государственного и муниципального управления.

умения выявлять проблемы производственного характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; систематизировать и обобщать

информацию, построения информационных систем, обеспечивающих деятельность различных подразделений органов власти и процессы принятия решений; использовать различные принципы построения коммуникаций применительно к задачам государственного и муниципального управления; проведения анализа неформальных коммуникаций в организации; применять стратегию лидерского воздействия, методик создания продуктивной рабочей среды, формирования рабочих групп, формирования гибкости работы трудового коллектива; анализа внешней среды органов власти; построения коммуникаций PR в организации; совершенствования информационного и коммуникационного обеспечения реформы государственного и муниципального управления в целях повышения его эффективности.

владение специальной терминологией и лексикой специальности как минимум на одном иностранном языке (английском); навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере профессиональной деятельности; основными методическими приемами обучения подчиненных: чтения лекций, направленных на освоение новых методов в работе, проведения семинарских занятий)

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Основы современного менеджмента», «Деловое общение», «Система государственного управления», а также позволяют студентам при прохождении преддипломной практики составить отчет и выполнить выпускную квалификационную работу на достаточно высоком научном уровне.

«Деловые коммуникации» в системе подготовки бакалавров связано со следующими дисциплинами учебного плана: «Психологией», «Русский язык и культура речи», «Деловое общение» - **в теоретико-методологическом аспекте.**

Знания, полученные при изучении дисциплины «Деловые коммуникации» обеспечивают основу для изучения таких дисциплин как, «Стратегический менеджмент», «Управление проектами», «Управление изменениями», «Управление персоналом», а также позволяют студентам при прохождении преддипломной практики составить отчет и выполнить выпускную квалификационную работу на достаточно высоком научном уровне.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Контактная работа составляет 6 часов: 6 – практические, самостоятельная работа студента – 62 часа, контроль самостоятельной работы – 4 часов.

№ модуля образовательной программы	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
		Лекции	Практические занятия	контроль	СРС	Всего часов
1	Понятие и значение коммуникаций в управлении. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия		1,5	1	15,5	18
2	Структура, функции и эффективность коммуникаций в организации		1,5	1	15,5	18
3	Особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях		1,5	1	15,5	18
4	Методы исследования в коммуникационном менеджменте Типологические модели коммуникационного менеджмента		1,5	1	15,5	18
ИТОГО			6	4	62	72

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Теоретический курс планом не предусмотрен

4.2. Практические занятия (ОК -4, ПК-12, ОПК -4)

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем часов		Формы контроля выполнения работы (Интерактивная методика)	Тема практического занятия
		Аудиторных	СРС/КСР/контроль		
1	Понятие и значение коммуникаций в управлении.	1,5	15,5/1	защита докладов, применение методики «Стратегия коммуникаций»	Модель коммуникационного процесса: формулировка идеи, кодирование информации и формулирование сообщения, выбор канала связи и передача, декодирование и восприятие информации, интерпретация информации и формулирование ответа, передача ответа.
2	Структура, функции и эффективность коммуникаций в организации	1,5	15,5/1	защита докладов, тест, «Мозговой штурм» и «Case-study»	Факторы взаимодействия личности и организации. Анализ коммуникационных сетей. Выстраивание обратной связи. Инновационные коммуникации. Составление сетки коммуникационных барьеров.
3	Особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях	1,5	15,5/1	Кейс-методы, Практические задания	Определение 10 факторов позитивно и 10 – негативно влияющих на качество и эффективность функционирования коммуникаций. Исторические модели управления коммуникациями: пропаганда, модели связей с общественностью по С. Блэку, Айви Ли, Дж. Грюнигу, информационные войны, ИМК и др.
4	Методы исследования в коммуникационном менеджменте Типологические модели коммуникационного менеджмента	1,5	15,5/1		Анализ системы коммуникаций в организации. Разработка и обсуждение стратегии симметричного управления коммуникациями: стратегии информирования, убеждения, диалоговая, достижения согласия
Итого:		6	62/4		зачет

4.3.Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

4.4.Курсовые работы по дисциплине учебным планом не предусмотрены

4.5.Самостоятельная работа студента (ОК -4,ПК-12, ОПК -4)

ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Раздел дисциплины	№ п/п	Вид СРС	Формы контроля	Трудоемкость, часов
Модуль 1	1	Изучение тем теоретического курса, рекомендации и комментарии; рассмотрение конкретных примеров; опорные конспекты; Интернет-ресурсы.	Самотестирование, реферат, круглый стол (дискуссия), кейс-методы	31

		практические задания и упражнения по плану: целевая установка, содержание задания, форма представления, время отчётности, критерии оценки; задания для дискуссионного обсуждения.		
Модуль 2	2	Изучение тем теоретического курса, рекомендации и комментарии; рассмотрение конкретных примеров; опорные конспекты; Интернет-ресурсы. практические задания и упражнения по плану: целевая установка, содержание задания, форма представления, время отчётности, критерии оценки; задания для дискуссионного обсуждения.	Самотестирование, реферат, круглый стол (дискуссия), кейс-методы	31
Итого:				62

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов включают:

- Методические рекомендации по получению, обработке и хранению приобретенной информации
- Методические рекомендации по написанию и проработке конспекта
- Методические рекомендации по написанию реферата
- Методические рекомендации по подготовке к тестам
- Методические рекомендации по подготовке к практическим работам (решение задач)
- Методические рекомендации по подготовке доклада
- Методические рекомендации по подготовке к зачету

4.6. Рефераты (ОК -4,ПК-12, ОПК -4)

1. Общение как коммуникативная деятельность. Интерактивный, коммуникативный и перцептивный аспекты общения.
2. Интерактивная функция общения. Организация совместной деятельности. Позиции в общении.
3. Коммуникативные роли. Ситуации взаимодействия: социальные, целевые, психологические.
4. Стратегии взаимодействия: избегание, соперничество, уступка, компромисс, сотрудничество.
5. Внутригрупповые и межгрупповые дискуссии.
6. Методы активного обучения и развития, формирование ситуативного и стратегического мышления.
7. Перцептивная функция общения. Контакт, приемы его установления. Установки и их влияние на контакт.
8. Управление контактом в диалоге, в дискуссии.
9. Тренировка и правила сообщения обратной связи. Обратная связь (негативная и позитивная) как способ контроля контакта в разговоре. Проблемы нахождения взаимопонимания.
10. Круги общения и уровни понимания. Когнитивное, дивергентное, конвергентное мышление.
11. Роль эмпатии и рефлексии. Развитие сензитивности как условие конструктивного взаимодействия.
12. Виды деловых контактов: деловой разговор, беседа, деловое совещание, деловая встреча, собрание.
13. Коммуникативные роли субъектов общения. Уровни правового, нравственного общения, манипулирования, «рефлексивной игры».
14. Публичное выступление. Специфические особенности речи. Информационная, убеждающая, побуждающая речь.
15. Механизмы и практические приемы завоевания внимания аудитории.
16. Деловая полемика: спор, дебаты, дискуссии, прения. Позиции участников полемики и правила их поведения.
17. Уловки, сомнительные приемы и «хитрые» аргументы для реализации коммуникативных намерений участников полемики. Техника продуктивной аргументации.
18. Консультирование и телефонная коммуникация в работе с клиентами.
19. Презентации. Подготовка к презентации и психологические приемы ее проведения.

20. Коммуникативные барьеры: логический, стилистический, лингвистический, фонетический.
21. Психологические барьеры: барьер первого впечатления, установки, отрицательных эмоций.
22. Слушание и проблемы понимания информации. Физические барьеры в коммуникации.
23. Типы сигналов тела: поза, мимика, жестикуляция, дистанцирование, интонация, походка. Вербализация ощущений. Внешняя поза и внутренняя позиция.
24. Зоны и дистанции. Статус, интимная зона и безопасность. Личная, общественная, открытая зоны. Сигналы дистанции.
25. Имидж специалиста и секреты успешной коммуникации.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих **видов организации учебного процесса**:

Лекции - передача учебной информации от преподавателя к студентам, как правило с использованием компьютерных и технических средств, направленная в основном на приобретение студентами новых теоретических и фактических знаний (пункт 4.1. настоящей РПД).

Практические занятия - решение конкретных задач на основании теоретических и фактических знаний (пункт 4.2 настоящей РПД)

Самостоятельная работа – изучение студентами теоретического материала, подготовка к лекциям, лабораторным работам, практическим и семинарским занятиям, оформление конспектов лекций, написание рефератов, отчетов, курсовых работ, проектов, работа в электронной образовательной среде и др. (пункт 4.4 настоящей РПД)

Консультация - индивидуальное общение преподавателя со студентом, руководство его деятельностью с целью передачи опыта, углубления теоретических и фактических знаний, приобретенных студентом на лекциях, практических занятиях и в результате самостоятельной работы.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих **видов образовательных технологий**:

1. **Информационные технологии** – обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам (теоретически к неограниченному объему и скорости доступа), увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

2. **Работа в команде** – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

3. **Case-study** - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

4. **Игра** – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах.

5. **Проблемное обучение** – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы.

6. Фонды оценочных средств: оценочные и методические материалы

6.1. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (представлен в матрице компетенций ниже)

Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций как механизм выбора образовательных технологий и оценочных средств

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов ПР/СРС/К	Компетенции			
		ОК -4	ОПК -4	ПК - 12	t _{ср}
Раздел 1. Понятие и значение коммуникаций в управлении. Роль коммуникационного менеджмента в разработке и реализации общей стратегии предприятия	1,5/15,5/1	+	+	+	18
Раздел 2. Структура, функции и эффективность коммуникаций в	1,5/15,5/1	+	+	+	18

организации					
Раздел 3. Особенности коммуникационного менеджмента в коммерческих и некоммерческих организациях	1,5/15,5/1	+	+	+	18
Раздел 4. Методы исследования в коммуникационном менеджменте Типологические модели коммуникационного менеджмента	1,5/15,5/1	+	+	+	18
Трудоемкость формирования компетенций	6/62/4	24	24	24	72

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы преподавателем по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- практические работы
- отдельно оцениваются личностные качества студента (аккуратность, исполнительность, инициативность).

Критерии пересчета результатов теста в баллы

Для всех контрольных мероприятий происходит пересчет рейтинга, в баллы по следующим критериям:

- рейтинг меньше 61% – 0 баллов,
- рейтинг 61-72 % – минимальный балл,
- рейтинг 73-85 % – средний балл
- рейтинг – 86-100% - максимальный балл

Промежуточный контроль по дисциплине «Деловые коммуникации» проходит в форме зачета.

Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Показатели	61-72 % «удовлетворительно»	73-85% «хорошо»	86-100% «отлично»
------------	--------------------------------	--------------------	----------------------

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы Примерные контрольные вопросы и задания для текущей аттестации (ОК -4, ПК-12, ОПК -4)

Кейс-методы

Ситуация 1

- Вы работаете в АО "Инторг" начальником организационного отдела. АО включает семь магазинов и оптовый склад в Москве и по одному магазину в городах Московской области — Волоколамске, Жуковском, Мытищах, Подольске и Тушино. Штаб-квартира АО находится в Москве.
- Генеральный директор С.С. Егоров вчера убыл в командировку. Перед отъездом он принял решение о проведении через 10 дней совещания по вопросам: условия хранения непродовольственных товаров в магазинах АО, культура обслуживания покупателей, расширение розничной торговой сети АО. Пригласить предполагается руководителей магазинов, оптового склада и заинтересованных лиц, работающих в аппарате АО.
- Генеральный директор также вчера поручил вам провести (совместно с соответствующими руководителями) всю работу по подготовке совещания.

Задания

1. Составить проект приказа о подготовке совещания.
2. Составить мероприятия по подготовке данного совещания, прокомментировать их.
3. Составить повестку совещания, проект протокола с конкретным решением, извещение участникам совещания.

Ситуация 2

Данная ситуация связана и вытекает из первой. Вы работаете коммерческим директором в рассматриваемой компании "Инторг".

• Генеральный директор С.С. Егоров за два дня до даты, на которую назначено совещание, сообщил по телефону, что он задерживается в командировке, поручил вам провести совещание. При этом сообщил, что начальнику организационного отдела А.П. Кореву было поручено провести всю работу по подготовке совещания, в том числе подготовке с помощью соответствующих отделов информации для генерального директора по рассматриваемым вопросам.

Задания

1. Перечислить работу, которую следует провести в связи с совещанием накануне и в день проведения совещания.
2. Разработать сценарий проведения совещания.
3. Перечислить работу, связанную с совещанием, которую следует выполнить после проведения рассмотренного в предыдущих заданиях совещания.
4. Проанализировать и оценить качество подготовки и проведения 1—2 совещаний, в которых вы когда-либо принимали участие.
5. Охарактеризовать каждый из приведенных типов участников обсуждения (совещания), заполнив таблицу. Указать, какие характерные типы участников обсуждения вам когда-либо приходилось наблюдать. Прокомментировать и оценить приведенные в таблице методы обхождения или нейтрализации таких своеобразных и трудных участников совещаний.

Примерные тесты (ОК -4, ПК-12, ОПК -4)

Задание 1

1. Один из основоположников теории менеджмента А. Файоль охарактеризовал функции управления следующим образом:

- а) предвидеть;
- б) организовать;
- в) руководить;
- г) наставлять;
- д) координировать;
- е) контролировать.

Какой пункт в этом списке лишний?

2. Деятельность, направленная на достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой, путем реализации коммуникационной политики - это:

- а) стратегия коммуникации;
- б) коммуникационный менеджмент;
- в) коммуникационный аудит.

3. Какое понятие более общее:

- а) коммуникационная политика;
- б) коммуникационный менеджмент.

4. Верно ли, что коммуникационная политика включает в себя, в частности, планирование обратной связи?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

5. Слухи относятся к:

- а) формальной;
- б) неформальной коммуникации в организации?

6. В практике коммуникационного менеджмента «хорошей» называется организация, которая:

- а) предоставляет качественные товары и услуги по приемлемым ценам;
- б) ведет социально одобряемую деятельность;
- в) верны оба варианта;
- г) неверен ни один из вариантов.

7. В практике коммуникационного менеджмента «видимой» называется организация, которая:

- а) производит товары и услуги, известные обществу;
- б) демонстрирует общественности организационные ценности;
- в) верны оба варианта;
- г) не верен ни один из вариантов.

8. Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит выработка общей коммуникативной стратегии фирмы?

- а) да, верно;

б) нет, неверно.

9.Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит информационное продвижение фирмы в целом и ее продукции, услуг, включая планирование и проведение конкретных кампаний и акций?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

10.Считаете ли Вы, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит поддержка и развитие отношений с органами власти?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

11.Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входят связи с потребителями, клиентами и партнерами, в том числе - обеспечение эффективной обратной связи, позитивного восприятия фирмы и ее деятельности?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

12. В функции отдела коммуникационного менеджмента входит разъяснительная работа с персоналом фирмы относительно итогов и перспектив ее деятельности, проведение корпоративных акций, организация специальных образовательных проектов, программ и мероприятий?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

13.Верно ли, что в функции отдела коммуникационного менеджмента входит координация всех направлений PR-деятельности фирмы и ее подразделений?

а) да, верно;

б) нет, неверно.

14.Необходимый минимум работ для организации эффективных коммуникаций в организации включает в себя:

а) аналитические работы;

б) медиарилейшнз;

в) планирование и прогнозирование;

г) аналитические работы и медиарилейшнз;

д) аналитические работы и планирование;

е) медиарилейшнз и планирование. Выберите один вариант ответа.

15.Менеджер по коммуникациям осуществляет менеджмент:

а) экономического;

б) культурного;

в) публичного капитала клиента.

16.Является ли компетентность формирования концепции одним из основных профессиональных требований к менеджеру по коммуникациям?

а) да, является;

б) нет, не является.

17.Интенсивная коммуникация, позволяющая за короткий срок приобрести большое число сторонников распространяемой идеи - это:

а) реклама;

б) пропаганда;

в) публич рилейшнз.

18.Первым в истории управления коммуникациями взаимосвязь между положительными публикациями в прессе о фирме выявил:

а) Айви Ли;

б) Э Бернайз;

в) С Блэк;

г) Дж. Грюниг.

19.Организация PR должна включать в себя аналоги научно- исследовательских, конструкторско-технологических работ и управление - одна из основных идей:

а) Айви Ли;

б) Э. Бернайза;

в) С. Блэка;

г) Дж. Грюнига.

20.Однонаправленный поток информации, основная цель которого не слушание, а говорение - это:

а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;

- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

21.Выбор целевой аудитории, изучение ее интересов и распространение на этой основе информации с применением технологии обратной связи - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

22.Распространение информации на целевые аудитории с целью достижения взаимопонимания - это:

- а) пропагандистская модель Дж. Грюнига;
- б) журналистская модель;
- в) двусторонняя асимметричная модель;
- г) двусторонняя симметричная модель.

23.Какое понятие является более общим:

- а) коммуникационный менеджмент;
- б) связи с общественностью.

24.Верно ли, что манипулирование общественным мнением строится на базе диалогических информационных потоков?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

25.Верно ли, что управление общественным мнением строится на базе монологических информационных потоков?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

26.Управляемый диалогический информационный поток является:

- а) первичным;
- б) вторичным;
- в) равнозначным по отношению к монологическому информационному потоку.

27.Для распространения монологических информационных потоков чаще всего используется:

- а) телевидение;
- б) печать;
- в) Интернет.

28.Активная общественность является условием для реализации:

- а) стратегии информирования;
- б) стратегии убеждения;
- в) стратегии диалога;
- г) стратегии формирования согласия.

29.В сфере антикризисных коммуникаций наиболее эффективной является:

- а) стратегия информирования;
- б) стратегия убеждения;
- в) стратегия диалога;
- г) стратегия формирования согласия.

30.Традиционно «слабым местом» любой организации считаются:

- а) восходящие коммуникации;
- б) нисходящие коммуникации;
- в) горизонтальные коммуникации.

31.Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают раннее объявление изменений даже в случае неполноты информации?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

32.Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают установление графика информирования?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

33.Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают комментарии причин невозможности представления большей информации?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

34.Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании

предполагают установление открытого и коллективного процесса планирования на основе максимального участия тех, кого затрагивают эти изменения?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

35. Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают прояснение полезности и схемы решений об изменениях?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

36. Верно ли, что коммуникационные стратегии при проведении изменений в компании предполагают информирование персонала прежде, чем СМИ?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

37. Приведите примеры организации информационной поддержки управленческих решений на предприятии, столько, сколько сможете.

При помощи каких коммуникационных событий можно объяснить персоналу финансовые результаты работы компании. Приведите примеры, столько, сколько сможете.

При помощи каких коммуникационных событий можно мобилизовать ресурсы сотрудников и общественного мнения для решения корпоративных задач. Приведите примеры, столько сколько сможете.

38. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является регулярное исследование отношения персонала к организации и менеджменту позволяет выявить проблемы до того, как они станут кризисом?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

39. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является последовательность и регулярность коммуникаций, сообщение как хороших, так и плохих новостей?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

40. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является персонификация коммуникаций, их личный характер?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

41. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является искренность коммуникаций?

- а) да, верно;
- б) нет, не верно.

42. Верно ли, что принципом организации эффективного коммуникационного процесса с персоналом является перспективная направленность коммуникаций?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

43. По отношению к неформальной коммуникации в организации выделяется несколько коммуникативных ролей:

- а) «посыльные»;
- б) «интерпретаторы»;
- в) «скептики»;
- г) «сторонники»;
- д) «противники»;
- е) «принимающие решения».

Какой пункт в этом списке лишний?

44. Техническое обеспечение коммуникационных потоков - это:

- а) начальный;
- б) завершающий этап программы совершенствования организационных коммуникаций.

45. Правильная расстановка фильтров на пути информационных потоков обеспечивает:

- а) адресацию информации по конкретным получателям;
- б) сортировку информации по степени важности для получателя;
- в) предупреждение неверного декодирования полученной информации;
- г) предупреждение информационных перегрузок участников коммуникационного процесса;
- д) дозирование информации в зависимости от разрешенной степени доступа к ней сотрудников.

Какой пункт в этом списке лишний?

46. Процесс формулировки стратегии по этапам, с разьяснением роли каждого члена организации

(каждого ее подразделения) - это:

- а) стратегическое планирование;
- б) стратегическое прогнозирование;
- в) стратегический аудит.

47. Существуют следующие виды стратегий:

- а) прямая;
- б) косвенная;
- в) планируемая;
- г) воплощенная.

Какие два пункта являются лишними в этом списке?

48. Если корпорация преследует цель расширения объемов продаж, видов выпускаемой продукции, производственных мощностей, причем этот рост в процентном отношении должен превышать уровень роста ВВП и инфляцию, то применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

49. На тех предприятиях, которые довольствуются существующим объемом производства (включая размер рынка, объем выпуска товаров и т. д.) и управление которыми направлено на поиск стабильного, прибыльного роста, эквивалентного росту ВВП или инфляции применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

50. Компаниями, которые нельзя отнести к числу преуспевающих, с целью стабилизировать свое положение реагируя на сиюминутные изменения на рынке применяется:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

51. Сочетание различных стратегий по отношению к своим фирмам или подразделениям в целом - это:

- а) стратегия роста;
- б) стратегия стабильности;
- в) стратегия обороны;
- г) комбинированная стратегия.

52. В стратегическом планировании коммуникаций различают следующие основные группы целей:

- а) цели выхода;
- б) цели влияния;
- в) цели отношения.

Какой пункт в этом списке лишний?

53. Экспонирование сообщения, его понимание и удержание в памяти относится к:

- а) информационным целям;
- б) целям отношения (установок);
- в) целям поведения.

54. Формирование взглядов на организацию и ее действия, их закрепление и изменение относится к:

- а) информационным целям;
- б) целям отношения (установок);
- в) целям поведения.

55. Такие цели, как повышение посещаемости мероприятий, проводимых фирмой, переубеждение группы протестующих против некоторых проектов фирмы от активных действий, относятся к:

- а) информационным целям;
- б) целям отношения (установок);
- в) целям поведения.

56. Приведите примеры информационных целей в стратегическом планировании, столько, сколько сможете. Приведите примеры целей отношения в стратегическом планировании, столько, сколько сможете. Приведите примеры целей поведения в стратегическом планировании, столько, сколько сможете.

57. К более конкретным, низшим в целевой иерархии стратегического планирования целям

относятся:

- а) цели влияния;
- б) цели выхода.

SWOT-анализ - это:

- а) анализ альтернатив развития организации и выбор стратегии;
- б) анализ сообщений об организации в СМИ;
- в) контент-анализ.

58. Какое описание точнее всего отражает состояние дел со стратегическим планированием в малом бизнесе по сравнению с крупным:

- а) процесс формирования стратегии в малом бизнесе более формальный;
- б) процесс формирования стратегии в малом бизнесе менее формальный, систематический и регулярный;
- в) малый бизнес совсем не занимается стратегическим планированием.

59. Аутсорсинг - это:

- а) учет и мобилизация стратегических ресурсов организации;
- б) передача отдельных информационно-коммуникативных функций сторонней организации;
- в) выход готового информационного продукта пресс-службы организации.

60. Общественное формирование, имеющее общие интересы и выражающие их в общественной дискуссии - это:

- а) субъект;
- б) объект общественного мнения.

61. Явление, имеющее общественный интерес и предполагающее наличие нескольких точек зрения - это:

- а) субъект;
- б) объект общественного мнения.

62. Для общественного мнения характерны:

- а) динамизм, постоянная изменчивость;
- б) консерватизм, следование традициям;
- в) обе эти тенденции в общественном мнении равнозначны.

63. Базовым уровнем детерминации общественного мнения является:

- а) уровень непосредственного отражения;
- б) коммуникативный уровень;
- в) субъектный (личностный) уровень детерминации общественного мнения.

64. Установки и стереотипы в большей степени действуют на:

- а) уровне непосредственного отражения;
- б) коммуникативном уровне;
- в) субъектном (личностном) уровне детерминации общественного мнения.

65. Для предварительного ознакомления с явлениями, которые предстоит исследовать для более точного формулирования проблемы, а также, по возможности, для построения гипотезы предназначены:

- а) поисковые;
- б) описательные;
- в) объяснительные коммуникологические исследования

66. Исследования, предназначенные для того, чтобы дать точное представление о некоторых явлениях, что также позволяет лучше сформулировать проблемы и гипотезы - это:

- а) поисковые;
- б) описательные;
- в) объяснительные коммуникологические исследования.

67. Метод качественно-количественного анализа содержания документов с целью выявления и измерения социальных фактов и тенденций, отраженных этими документами - это:

- а) контент-анализ;
- б) наблюдение;
- в) интервью.

68. Верно ли, что матричная структура отдела коммуникации характерна для коммуникационного менеджмента в бизнесе и промышленности?

- а) да, верно;
- б) нет, неверно.

1. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации. Задачи и принципы коммуникаций в организации
2. Функции менеджера в сфере коммуникаций.
3. Выбор аудиторий и средств коммуникации
4. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникаций предприятия
5. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем)
6. Структура коммуникаций в организации
7. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
8. Этапы коммуникации
9. Система внешних коммуникаций организации.
10. Особенности коммуникационного процесса при работе с персоналом организации
11. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
12. Особенности проведения информационных кампаний
13. Коммуникационная политика в стратегическом управлении организацией
14. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
15. Работа с персоналом в кризисных ситуациях
16. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
17. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
18. Коммуникационный менеджмент при решении конфликтов
19. Особенности коммуникации в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе
20. Особенности коммуникации в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек
21. Понятие о коммуникационных сетях
22. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
23. Особенности коммуникации в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами, общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
24. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
25. Технология планирование работ. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.
26. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
27. Техника проведения коммуникационной политики. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики

6.3.Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний студентов на зачете

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов; без ошибок выполнил практическое задание.Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной и контрольной работы, систематическая активная работа на семинарских занятиях.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не справился с 61% вопросов и заданий билета, в ответах на другие вопросы допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем. Целостного представления о взаимосвязях, компонентах, этапах изучения дисциплины у студента нет.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рабочим учебным планом предусмотрено, что дисциплина «Деловые коммуникации» является базовой дисциплиной блока 1 рабочего учебного плана бакалавров по направлению по

направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль подготовки «Финансовый менеджмент», «Производственный менеджмент (туризм и гостеприимство)» и на ее изучение отводится 72 часа, из которых 6 часов – на аудиторную работу (практические занятия), 62 часа – на самостоятельную работу и 4 часа на контроль.

Самостоятельная работа студентов предполагает, прежде всего, изучение дополнительной литературы по проблемным вопросам дисциплины. Результатом такой работы может стать сообщение в форме доклада на одну из предложенных тем.

По итогам обучения студенты сдают зачет, который проводится по билетам, включающим два вопроса. Зачет по дисциплине проверяет у студентов уровень коммуникативной, речевой и социокультурной компетентности, определённого государственным образовательным стандартом. При подготовке к зачету студентам необходимо изучить учебно-методическую литературу, представленную в рабочей программе. Для полноценного ответа рекомендуется выписать примеры, характеризующие то или иное языковое явление. Критерии оценивания устного ответа на положительную оценку ставятся, если: отвечающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает; даёт правильные определения языковых понятий, не затрудняется с ответом при видоизменении задания; обнаруживает понимание материала, способен обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по материалам учебника, но и составленные самостоятельно; видит связь грамматических и этических норм с профессиональными задачами и деятельностью; умеет самостоятельно обобщать материал, не допускает речевых ошибок при оформлении ответа.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если: отвечающий обнаруживает незнание большей части программного материала, допускает существенные ошибки в формулировке определений и правил, беспорядочно и неуверенно излагает материал; с большим затруднением выполняет практические задания или не выполняет их вообще.

Дисциплина «Деловые коммуникации» направлена на то, чтобы познакомить студентов со спецификой коммуникативной политики в современном обществе, местом и значением коммуникаций, подготовить их к адекватной оценке коммуникационного пространства, применению полученных знаний на практике.

Цель курса – сформировать представления об основах коммуникации и способах эффективного взаимодействия, реализуя разнообразные стратегии и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества.

Основные задачи изучения дисциплины: овладение знаниями и умениями в области коммуникаций и реализация их в процессе общения и взаимодействия с другими людьми; формирование практических коммуникативной политики; повышение коммуникативной компетентности; развитие и совершенствование навыков управленческой деятельности, эффективного решения конфликтов, развитие гибкости в выборе оптимальной стратегии и тактики; выбор поведения в различных ситуациях для достижения личных целей, а также поставленных задач органов государственной власти или местного самоуправления.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1. Перечень рекомендуемой литературы Основная литература:

1. Папкина О.В. Деловые коммуникации: Учебник / О.В. Папкина. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 160 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978- 5- 9558-0301- 2+ Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>.
2. Кожемякин Евгений Александрович. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Е.А. Кожемякин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 189 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006584-7+ Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>.

Дополнительная литература:

1. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. - 324 с.: ISBN 978-5-394-00792-7+ Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].
2. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 350 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005545-9 + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].
3. Барышников Николай Васильевич. Основы профессиональной межкультурной коммуникации: Учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 368 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0314-2+ Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].

Электронные библиотечные ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система ГидроМетеоОнлайн- <http://elib.rshu.ru/>
2. Информация электронной библиотечной системы <http://znaniium.com/>
3. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
4. Издательство ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows XP, Microsoft Office 2007
2. Программы электронных таблиц Excel
3. Текстовый редактор Word
4. Программа для создания презентаций Power Point
5. Программа распознавания текста FineReader

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные аудитории оборудованы видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, персональным компьютером с выходом в сеть Интернет; помещения для проведения семинарских и практических занятий оборудованы учебной мебелью; библиотека имеет рабочие места для студентов; компьютерные классы оснащены видеопроекторным оборудованием, средствами звуковоспроизведения, экраном, персональными компьютерами с выходом в сеть Интернет.

9. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

Аннотация рабочей программы Деловые коммуникации

Дисциплина «Деловые коммуникации» дисциплиной вариативной части блока 1 рабочего учебного плана бакалавров по направлению по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль подготовки «Финансовый менеджмент».

Дисциплина «Деловые коммуникации» основывается на положениях общеобразовательной дисциплины «Деловое общение». Курс «Деловые коммуникации» уделяет внимание содержательным аспектам основных форм взаимодействия предприятия с различными структурами внешней и внутренней политики и вследствие этого является логическим дополнением дисциплины «Русский язык и культура речи», рассматривающей внешнюю сторону стратегического планирования и развития самого предприятия в целом.

При изучении дисциплины предусмотрены лекционные и практические занятия. На лекциях в краткой и обобщенной форме излагаются основные вопросы разделов дисциплины. На практических занятиях студенты отрабатывают умения и навыки поведения в ситуациях.

Дисциплина нацелена на формирование компетенций ОК-4, ОПК -4, ПК -12, компетенций выпускника.

Содержание дисциплины:

С точки зрения места в системе управленческих дисциплин курс «Деловые коммуникации» построен во взаимосвязи со многими дисциплинами и является основой для изучения базовых дисциплин, а также обязательных дисциплин вариативной части профессионального цикла, связанных с профессиональной деятельностью. Уровень начальной подготовки обучающегося для успешного освоения дисциплины охватывает представление о принципах потребительского поведения, теории фирмы и организационных формах бизнеса, проблемах управления фирмами; основных положениях и методах социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач; владения культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения. В ходе изучения данной дисциплины студенты получают знания, позволяющие определять специфику управления как деятельности; выделять целевые группы и группы взаимодействия, характеризовать их; разрабатывать коммуникационные проекты, подбирать необходимые методы и средства; содержательно разрабатывать коммуникационные мероприятия, проводить их с помощью медиасредств и без них; определять коммуникационную структуру организации; анализировать и осмысливать проводимую коммуникационную политику; управлять PR-акциями; оценивать организации как коммуникативные образования (производственные коммуникации, рыночные и маркетинговые коммуникации, коммуникативное окружение); анализировать неформальные коммуникации; представлять соотношение общества и коммуникаций; анализировать корпоративный дизайн и фирменный стиль; анализировать технологии коммуникационного обеспечения; применять средства корпоративных коммуникаций; определять формы и методы связей с общественностью; - характеризовать персонал коммуникационного менеджмента; использовать технико-технологические носители информации. Владеть навыками использования полученных знаний в профессиональной деятельности. В процессе освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии, способы и методы формирования компетенций: Традиционная лекция, проблемная лекция, разыгрывание ролей, фасилитированная дискуссия, дебаты, деловая учебная игра, упражнения.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования; рубежный контроль в форме тестирования, контрольных работ, семинаров и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. **Заочная форма обучения:** Контактная работа составляет 6 часов: 6 – практические, контроль – 4 часа, самостоятельная работа – 62 часа.